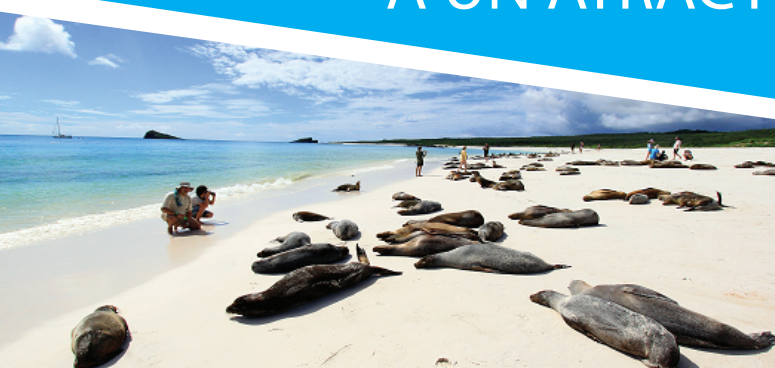




MINISTERIO
DE TURISMO

MANUAL

ESTRUCTURA DE PRODUCTOS CON BASE A UN ATRACTIVO TURÍSTICO





MINISTERIO DE TURISMO

Subsecretaría de Gestión y Desarrollo
Dirección de Productos y Destinos

De esta edición:
Ministerio de Turismo del Ecuador, MINTUR.
Briceño E1-24 y Guayaquil. Edificio La Licuadora.
Quito - Ecuador
Tel: (593) 3 999 - 333
www.turismo.gob.ec / www.ecuador.travel



REDACCIÓN Y FORMULACIÓN DE CONTENIDOS
Dirección de Productos y Destinos
Lic. Xavier Chicaiza, Especialista

REVISIÓN TÉCNICA INTERINSTITUCIONAL
Asociación de Municipalidades Ecuatorianas – AME
Coordinación de Desarrollo Turístico Municipal
Mg. María Gabriela Flores
MBA. Gabriela Villacrés

Consejo Nacional de Competencias - CNC
Dirección de Fortalecimiento Institucional a GAD
Lic. Mirian Herrera

MINTUR 2da Edición - Quito, 2019.
Diseño y diagramación: Lic. Cristhian Guaña
Los contenidos de la guía se pueden citar y reproducir, siempre que se reconozca los créditos correspondientes, refiriendo la fuente bibliográfica
Publicación de distribución gratuita

ÍNDICE

ESTRUCTURA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS.....4

¿Para qué sirve el manual?.....4

¿Qué es un recurso?.....4

¿Qué es un atractivo turístico?.....4

¿Qué es un producto turístico?.....4

Componentes principales del producto turístico.....6

Accesibilidad - ¿Cómo llego?.....7

Recepción - Información.....8

Facilidades - Accesibilidad.....9

Cafetería - Restaurante.....10

Tienda de recuerdos.....12

Tips complementarios.....13

Talento Humano.....13

Tematización.....13

Guiones establecidos homologados.....14

BIBLIOGRAFÍA.....14

ESTRUCTURA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

¿Para qué sirve el manual?

Este manual es una guía práctica para el usuario, que le permitirá de manera fácil, entender el concepto de producto turístico, su estructura y sus componentes, permitiéndole poner en práctica estos conceptos para desarrollar productos y experiencias integrales de calidad, en torno a un atractivo turístico.

¿Qué es un recurso?

Conjunto de elementos sean naturales o culturales que poseen características sobresalientes, y que pueden ser transformados en productos a través de un proceso de valor agregado, es decir, con la implementación de infraestructura, facilidades, actividades y capacidades humanas, generando así la posibilidad de satisfacer las necesidades de los visitantes.



Imagen 1: Volcán Pichincha. La Gran Guía 2018.

¿Qué es un atractivo turístico?

Es aquel elemento que por sí mismo y en combinación con otros elementos, despierta el interés de visita de un grupo de personas a una determinada zona o región. Es el punto de inicio de las acciones complementarias que agregarán valor.



Imagen 2: Teleférico. Volcán Pichincha. La Gran Guía 2018.

¿Qué es un producto turístico?

El producto turístico es el conjunto de recursos naturales y culturales, transformados a través de un proceso de valor agregado, es decir, con la implementación de infraestructura, facilidades, actividades y capacidades humanas, que de manera conjunta con los servicios, generan la posibilidad de satisfacer las necesidades de los visitantes.



Imagen 3: Producto Turístico Tren de la Dulzura. MINTUR 2018.



Imagen 4: Producto Turístico Tren de la Dulzura. MINTUR 2018.



Imagen 5: Producto Turístico Tren de la Dulzura. MINTUR 2018.

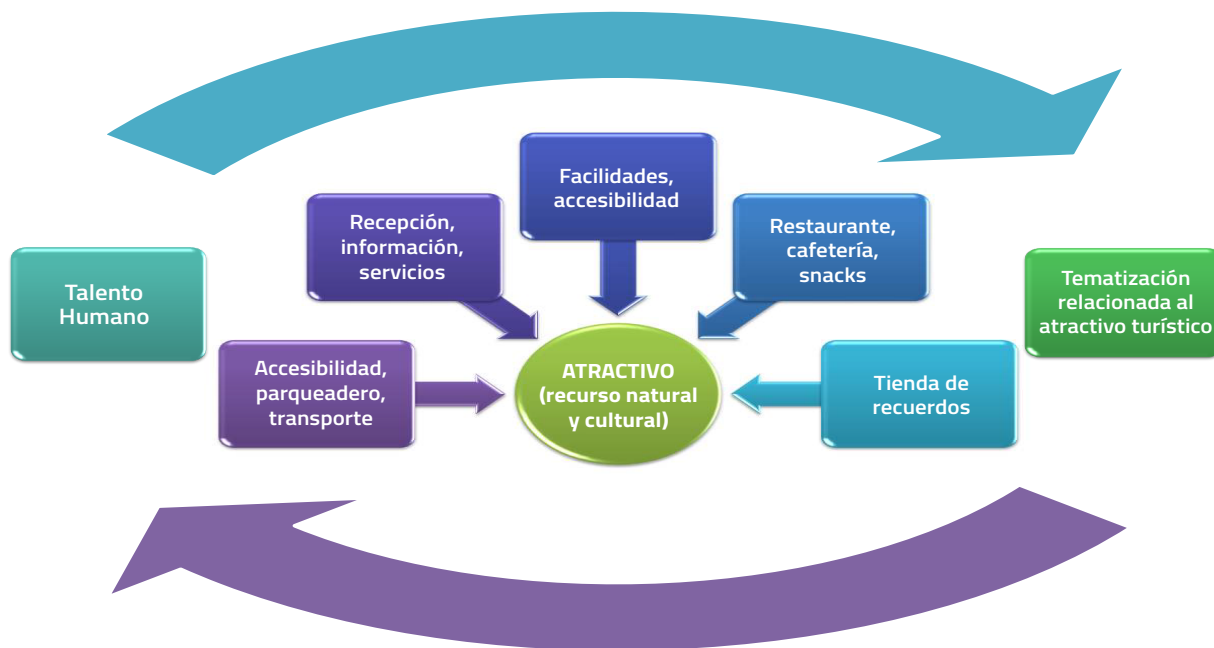


Imagen 6: Producto Turístico Tren de la Dulzura. MINTUR 2018.

Componentes principales del producto turístico con base a un atractivo turístico

Los productos turísticos que se desarrollan en torno a un atractivo turístico, deben contar con componentes, servicios o espacios, que complementen la experiencia de visita, facilitando el acceso al sitio, el desarrollo de actividades, acceso a servicios de alimentación y compra de recuerdos, es decir, que todos estos servicios integrados, brinden la mayor satisfacción y cumplimiento de expectativas de los visitantes en un solo espacio.

Gráfico No. 1 Componentes principales del producto turístico con base a un atractivo turístico



Con base a la estructura de producto, se describe de manera puntual cada componente para un mejor entendimiento de su contenido.

Accesibilidad - ¿Cómo llego?

Para acceso y permanencia en los atractivos turísticos, se debe contar con los siguientes elementos:

- Carreteras o calles de acceso.
- Áreas o zonas de estacionamiento cercanas que sean propias o públicas.
- Servicio de transporte público o privado, permanente más cercano.
- Señalética de aproximación e interpretativa.
- Accesos y señalización de ingreso al sitio.



Imagen 7: Parque Nacional Cajas. MINTUR 2018.

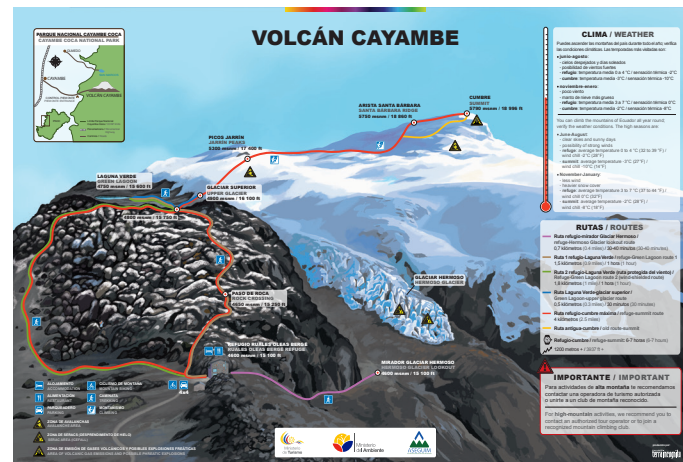


Imagen 8: Infografía Volcán Cayambe. MINTUR 2018.



Imagen 9: Isla San Cristóbal. Galápagos. MINTUR 2018.

Recepción – información

Para que en el primer contacto con el atractivo, el visitante tenga una percepción inicial satisfactoria y pueda programar mejor su recorrido, se debe contar con los siguientes elementos:

- Espacio destinado a la recepción de visitantes.

- Material informativo de acuerdo al sitio.
- Punto de venta de tickets o pases.
- Servicios complementarios: guardarropa, lockers, guías, servicios especiales, etc.
- Baterías sanitarias accesibles.

Centro de Recepción de Turísticas Junta de Andalucía



Imagen 10: Punto de información. MINTUR 2018.



Recuperado: <http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/destinosturisticosaccesibles/es/cadiz/centro-de-recepcion-de-turistas>

Facilidades - Accesibilidad

Durante el recorrido es necesario contar con áreas específicas, que puedan satisfacer diferentes necesidades o requerimientos del visitante, para el caso, se debe contar con los siguientes elementos:

- Baterías sanitarias limpias, accesibles acorde a la norma y con los accesorios indispensables (papel, secador de manos, jabón, basurero, etc.).
- Decoración temática, es decir de acuerdo al atractivo turístico.
- Áreas de pausa o descanso equipadas, en salas o espacios de transición.
- Señalética interpretativa y paneles de información (infografías).
- Facilidades de acceso para personas con discapacidad: rampas de acceso, puertas, baterías sanitarias accesibles.
- Facilidades interpretativas: audio guías, texto braille, aplicaciones digitales, etc.



Imagen 11: Baños habilitados aeropuerto. MINTUR 2018.



Imagen 12: Parque Itchimbiá. Facilidades de acceso. MINTUR 2018.

Cafetería - Restaurante

Los espacios temáticos complementarios, que puedan ser usados como zonas para tomar un descanso o simplemente adquirir alimentos, agregan valor diferencial al atractivo, estos espacios deben contar con los siguientes elementos:

- Oferta de alimentos y bebidas en función del volumen de visitantes y demanda.
- En este espacio puede ir desde un restaurante completo, una cafetería, snack-bar, hasta una simple máquina expendedora (bebidas, café, snacks).
- La decoración del espacio y utensilios deben tener temática relacionada con el lugar (servilletas, jarros, vasos, incluso platos específicos en el menú).
- Uso de espacios para posicionamiento de marca.

DINNER IN THE SKY



Recuperado: <http://dinnerinthesky.com/photos>
Ciudad de Bruselas. Bélgica.



Recuperado: <http://dinnerinthesky.com/photos>
Ciudad de Amiens. Francia.

TREE HOUSE - RESTAURANTE & CAFÉ



Recuperado: <http://www.treehouse.cr/>
Tree House. Costa Rica.



RESTAURANTE TEMÁTICO - ALICIA EN EL PAÍS DE LAS MARAVILLAS



Recuperado: <http://www.tuonlinea.com/galerias/17/11/08/restaurante-tematico-inspirado-alicia-en-el-pais-de-las-maravillas-disney/>
Restaurante Temático - Alicia en el país de las maravillas.



CHIMBORAZO LODGE



Imagen 12: Chimborazo Lodge. La Gran Guía 2018.



Imagen 13: Chimborazo Lodge. La Gran Guía 2018.

Tienda de recuerdos

El cierre de la experiencia de visita o recorrido, debe contar con un área específica donde se pueda adquirir objetos o recuerdos relacionados al sitio, que faciliten la evocación del atractivo, para el caso, se debe tomar en cuenta las siguientes consideraciones:

- Variedad de artículos novedosos relacionados a la temática del sitio, pueden ser artesanales o de producción masiva.
- Los artículos a comercializarse deben ser únicos, que no se puedan adquirir en otro espacio o sitio.



Imagen 14: Galería Ecuador. Tienda Artesanal. MINTUR 2018.

Tips Complementarios

Complementario a la estructura que enmarcará el producto, es necesario implementar aspectos que pueden volverlo más competitivo, brindándole mayor oportunidad de posicionamiento e introducción en el mercado:

Talento humano

- Personal capacitado, competencias referentes o relacionadas al servicio que brinda.
- Conocimiento general y específico del producto y/o servicio ofertado.
- Experiencia en la prestación de servicios y hospitalidad.
- Cumplir con las normativas vigentes de contratación laboral.



Imagen 15: Hacienda La Danesa. Tren del Cacao. MINTUR 2018.

Tematización

Todas las áreas agregadoras de valor en torno al producto principal, es decir, área de recepción, baños, cafetería, parqueaderos, etc., deben tener elementos, decoración y demás características de acuerdo o en función a la oferta, con el objeto de tener un producto fuerte integral que brinde una experiencia diferente y única. (Ejemplos: un baño con decoración barroca dentro de un museo o iglesia barroca, elementos de montaña en un refugio, etc.)



Recuperado: <http://www.estilodf.tv/estilodevida/tomate-un-cafe-con-charlie-brown-y-snoopy/>
Tomate un café con Charlie Brown y Snoopy.

Guiones establecidos homologados

- Texto oficial del sitio que contiene en forma breve y ordenada la descripción e información principal de sus características y datos más relevantes y de sus atributos únicos; esta información será utilizada por los guías internos, externos; y, además será la base para realización de textos descriptivos, promocionales y de interpretación.
- La información debe ser real y debe contar con respaldos y fuentes fidedignas y confiables.
- Esta información homologada permitirá agregar valor a la visita.



Imagen 16: Tren Nariz del Diablo Alausí. MINTUR 2018.

BIBLIOGRAFÍA

Díaz, B. (2011). Diseño de Productos Turísticos.

Fernandez, V. (2006). Diseño del Producto Turístico, Un enfoque y una propuesta metodológica. Bogotá.

OMT. (2013). Manual de Desarrollo de Productos. Madrid.

SECTUR. (1998). Como desarrollar productos turísticos competitivos. CD México.

SENA. (2013). Diseño de Rutas Turísticas. Recuperado el 22 de noviembre de 2017, de https://senaintro.blackboard.com/bbcswebdav/institution/semillas/634122_1_VIRTUAL/OAAPs/OAAP4_Fase2/swf/aa3_oa2/utilidades/oa.pdf

López Guzmán, T.J.; Lara de Vicente, F.; Merinero, R., (2006): "Las rutas turísticas como motor de desarrollo local. El caso de la Ruta de "El 72 Tempranillo". Estudios Turísticos, 137: 131-145.



